

R・B・K EYE

VOL. 195

2017. NOVEMBER

編集責任 飯嶋 薫

1. 付加価値向上のビジネスモデルの構築を

昨今のファッショニ業界の関心事は、デジタル、AI（人工知能）を駆使した新ビジネスモデルの構築にあるようで、デジタルの代表であるネット販売を手掛けっていないファッショニ企業は、今や、皆無とさえ言えるでしょう。ファッショニ企業の成長戦略となると、ネット販売の拡大が海外市場の開拓とともに、必ずといってよいほど盛り込まれているのもその証しです。そんな時代にあって、求められているのは機屋など「中小製造業者」が生きて行けるビジネスモデルではないでしょうか。

アマゾンの躍進を持ち出すまでもなく、デジタル革命、AIの実用化の波に乗ることは必然の道だと思います。しかし、資本力のある企業はともかく、圧倒的に多数を占める日本の中企業にとっては、そうしたメガトレンドへの対応の一方で、目の前の「取引条件」の改善をこそ望んでいるのではないでしょうか。高品質・低価格のアパレル製品が幅を利かせる一方で、人々の感性、言い換えれば、ワクワク、ドキドキ感を誘うファッショニ製品も求められています。そして、それらは、原糸、織り編み、染色加工、縫製など多くの中小製造業者の手を経て製品化されます。しかし、高度な技を持った中小メーカーの多くは、取引先からのコストダウンの要求に苦しんでいます。小売りやSPA企業、アパレル商社、アパレル企業などの取引先から、さらなる工賃引き下げ、価格ダウンを要求されているのが実情ではないでしょうか。

こうした中で安倍政権は、景気浮揚のため産業界に賃上げを求めるとともに、下請法の順守などで中小企業の経営を支援する政策を進めています。あまり話題になってしまんが、今年3月には、経産省の要請を受けて、日本纖維産業連盟と纖維ファッショニSCM推進協議会が連名で「適正取引推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」を発表し、全国の4600社に郵送しました。

適正取引を推進することで、中小企業の賃上げを実現しようとの思惑が透けて見えますが、技術力のある中小企業を支援する意味では評価できると思います。

デジタル、AIを活用した新しいビジネスモデルの構築の行方はもちろん注目されますが、同時にワクワク、ドキドキのファッショニを供給する上で技術力のある中小企業が再生産できるだけの工賃を払い、「売り上げ原価低減」だけでなく「付加価値向上」を追求し、それによって日本の技を維持するビジネスモデルを開発してもらいたいものです。取引適正化の真の目的はそこにこそあると思います。

2. アンドモールの強みとは！？

三井不動産が、グループのショッピングモールと連携したファッショニECモール「アンドモール」を11月1日にスタートしました。ファッショニECモールではスタートトゥデイの「ゾゾタウン」が群を抜き、総合型の「アマゾン」や「楽天」などもファッショニを強化しています。一方、デベロッパー系のECでは、2008年にスタートしたルミネの「イルミネ」は伸び悩み、パルコの「カエルパルコ」はテナントの販売支援ツールとして特化していたりとばらつきがあります。

そんな中、後発で参入する「アンドモール」がスタート時に 200 ショップ・3000 ブランドを取り扱い、10 年後をめどに売上高 1000 億円を目指すと意気軒高なのには、理由があります。

一つは、1000 万人を超える三井カードの会員の存在があるからです。百貨店の三越伊勢丹の 400 万人に比べて、グループの商業施設がららぽーとやラゾーナ、東京ミッドタウンやアウトレットパークなどと多岐にわたり、取扱うカテゴリーも豊富なため、会員の客層が幅広く、しかも母数が多いという点です。情報を発信したり、データを活用するうえでも、この会員数は大きなメリットになります。ユナイテッドアローズやナノユニバースなど、出店を決めたテナントも、この顧客基盤には大きな魅力を感じているようです。

もう一つは、今回の仕組みによって、店舗のオペレーション改革や、販売員の評価制度改革などにまでつながる可能性がある点です。郊外を中心に販売員の採用難が叫ばれる SCにおいて、店舗から顧客への直接配送を実現できれば、人事効率を向上させることができます。また、「スタッフスタート」というアプリを活用することで、販売員がブログや画像を簡単にアップすることができるようになっています。そこに EC 機能を付けており、タブレット接客などをした際や、スタッフの着こなしを気に入ってくれる場合などに、データが残るため、販売員の売上げ貢献度を測る新しい指標とすることが可能になりそうだからです。

最後はやはり、リアル店舗への集客力アップとテナントの売上高向上、そして、顧客の利便性の向上という目的の明確さが挙げられます。EC はもはや、モノを買うだけでなく、買い物に行く前に事前にチェックする、重要な入り口となっています。リアル店舗への送客が期待されるうえ、テナントの倉庫や他店舗などにある在庫とも連動することで、欠品を防ぎ、顧客には買い逃しの削減、テナントには販売機会ロスの削減につながると見込まれます。

少子高齢化、デジタル化、EC 化が進む中で、「アンドモール」が顧客にどう受け入れられるか、注目したいと思います。

3. 中日本エクシス第9回接客コンテスト

「レベルが一段と上がり、感動の一日」

お客様の期待を超えた「感動エリア」の創造を目指して、SA、PA 接客コンテストが 11 月 10 日イイノホールで盛大に開催されました。東京支社、静岡支社、名古屋支社、金沢支社で総勢 251 名の参加で行われた予選会を突破した精鋭 30 名が本選に登場し、日々鍛錬した感動を呼ぶ接客力を競いました。今回の特筆すべき点は中日本エクシスの青山社長の開催の挨拶にありました。それは「演技パフォーマンスでなく普段通りの接客に努めて下さい」と、この点は審査要領の基本にも挙げていました。私も他商業施設でも審査員として参加させて頂く機会があり、パフォーマンスに目が行きがちのコンテストは本来の趣旨とかけ離れると危惧していましたので、青山社長の方針は大賛成でした。

中日本エクシスで勤務するテナントスタッフはなんと 10,000 名です。この頂点に立つ、コンテストが始まり、審査をする身として困った事態がおきました。それは嬉しい事なのですが本選登場者のレベルが非常に高く、優劣をつけにくい事でした。これは休憩時間で 5 名の審査員全員も同じ意見でした。

今回は全員レベルが高く、僅差のグランプリかなと頭をかすめていたところ、後半「飲食部門、フードコート」大塚佐和さんの登場で別の世界を見た衝撃を受けました。（東京支店 EXPASA 海老名の（株）フジランド/Hakone Bakery）彼女がステージ（売り場）に立った瞬間からの自然体、全身からの笑み、お客様の状況をさりげなく聞く姿勢、会話力、自信をもってお勧めする海老名カレーパン、九頭竜神社アンパン等、一連の流れのリズムと爽やかな感じの良さは、レベルの高かった 30 名の中でも一段と輝いていました。上には上がいるものだと。この飛びぬけ

た存在が、中日本エクシスのCS活動を更に活性化し、もう一段上のレベルに上がる為には必要とつくづく感じた次第です。

全員の審査員が大塚佐和さんを高得点で評価し、栄えあるグランプリに選ばれました。後日談があります、実は大塚さんは昨年の東京支社の予選会に参加し、敗退したそうです。リベンジでの快挙ですが、この事実は中日本エクシスにとって意義あることです。長年のCS活動の努力の積み重ねが全体のレベルを上げた成果である証しです。また、グランプリ受賞企業（株）フジランド取締役の千葉さんから受賞への感謝とともに、同社としてはこのグランプリがゴールでなく、今日を、お客様さまサービスの新たなスタートにしたいと、素晴らしい挨拶がありました。CS活動、ES活動は施設側とテナント企業の日々の飽きることのない努力が大切です。

感激、感動の一日でした。

<レストランレポート>

4. 地元客から愛されるイタリアンレストラン「Loasi」

江ノ電江ノ島駅から徒歩2分の所にあるイタリアンレストラン「ロアジ」。もともと腰越に構えていた店を江ノ島に移転しました。店内はコバルトブルーと白で統一されていて、湘南の海の雰囲気が満載です。シェフの秋月光広さんはとても親しみやすく素敵な方。自らお料理を運んで説明してくれたり、お客様とテーブルで談笑したりと、とにかくこの店ではゆったりとした時間が流れています。秋月さんの1日はまず市場に野菜の仕入れに行く事から始まります。漁師のおじいさんを持つ秋月さんはつりが大好きで、釣った魚がレストランに登場する事も度々あるそうです。そんな新鮮な旬の食材をシンプルに味わってほしいというのが「ロアジ」のコンセプト。なので水と塩には徹底的にこだわるそうです。料理はまず野菜の甘さ、美味しさに感動。鎌倉野菜の質の高さは有名ですが、こちらの野菜も然りです。そしてお魚、たまたま大きなくえがつれたからとのお勧めでいただいてみましたが、たしかに塩と水にこだわりを持たれているのがよくわかります。魚自身の美味しさは去る事ながら、身のしまり方、口あたり、塩加減が最高です。ワインはオーガニックが中心ですが、他に珍しい物がそろっています。地ビールも豊富で色々な味が楽しめます。秋月さんは作り手の人柄や考え方、エピソードを楽しむのが大好きとか。だから自分もお客様と近い距離で接したいと思っているそうです。そんな彼の人柄と料理に惹かれて、地元の常連客や、週末は東京からもたくさんのお客様が訪れます。

18席しかない小さなレストランなので要予約です。

お値段はワインを飲んで1人8000円～。

神奈川県藤沢市片瀬海岸1-9-6 TEL:0466-90-3200

営業時間：ランチ12:00～14:00 ディナー18:00～21:00

火曜定休



今月のPATROL

身体も心もほっこり 台湾のおもてなし事情



SHOP DATA>>> 茶藝館 九份山城創作坊

住所：新北市瑞芳區基山街 193 號 3

関連 URL: <https://www.facebook.com/snow2025/>

おもてなし評価

総合

95 点



挨拶	★★★★★
笑顔	★★★★★
パーソナルな対応	★★★★★☆
再来店したいか	★★★★★

土砂降りの中、雨宿りに駆け込んだ茶藝館で受けた温かいおもてなし by 調査員 A.M

CA の所作の雑さが気になったキャセイパシフィック。自動ではないタクシーのドアを開けてくれなかつたオークラプレステージ。トイレへの案内がぶっきらぼうだった円山飯店。至れり尽くせりの日本のおもてなしと比較して、いまひとつ感じていた台湾旅行で、土砂降りの雨が導いてくれた温かいおもてなし。店主の笑顔に思わず謝謝～。



R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

国によって接客スタイルは異なる。訪日外国人が増え、ひと昔前と比較すると接客についての関心が世界で高まっている。特に海外での親切な対応は感動を生むものですね！



九份山城創作坊

VOL.52
2017 November

世界のトップレベルを誇る日本の接客やサービス。そのリアルな現場を年間 1300 店以上見ている調査員がパトロール！時代が変化しても引継いでいきたい「おもてなし」を、調査結果と共に発信していきます。



濡れた上着への気遣い、旅行者たちにはとてもありがたい心遣いでした

雨の街九份にあるこのお店、一見骨董品店のような店構え。中に入ると、お茶や茶道具が上品に並べられていました。レトロな造りの階段を上ると、明るい窓越しに海が広がり、なんとも優雅なお茶室がありました。3階に通されると、店主さんはにっこり笑って、びしょ濡れになった上着を、階段の手すりに広げて干すように、片言の日本語で勧めてくれました。滴で廊下が濡れてしまわないかと気にするこちらに、「気にしないでいい」とジェスチャーで促してくれました。旅行先で濡れた上着が乾かせるのは本当に助かります。優しいなあ…



時間を気にせず、ゆっくり楽しんで行ってほしいという気持ちが伝わりました

お勧めの東方美人茶と焼きたてのパイナップルケーキを注文。店主さんはお茶の入れ方を説明しながら、優雅にゆっくりと給仕し、やかんにたっぷり水をはって火にかけ、たくさんお茶の葉が入った袋を渡してくれ、「あとは皆さんでゆっくり楽しんで。残ったお茶の葉はお土産に」と、笑顔で階下へ降りて行きました。まるで知人の家でくつろいでいるような、ゆったり気分でお茶を何杯もお代わりし、会話を楽しみながらアツアツのケーキをほおばり、冷えた身体もぽかぽかになりました。



マナーの悪い外国人客にも動じることなく、穏やかに対応

少しすると、スペイン語を話す6名のお客様が3階に上がってきました。大きな声で話したり、客席に面した洗面所の扉を開け放したままにしたり、6名別々の席に座るなど、かなりマナーの悪い態度。しばらくメニューを見たり、荷物を広げたりしていたのですが、あろうことか、1名の女性が「お茶は飲みたくない」といひだし、6名揃って席を立ってしまいました。店主さんは、嫌な顔ひとつせず、散らかった席を片づけ、騒がしかった事をこちらに詫びてくれました。そして、「日本のお客様大好き」と一言。日本人にはそんな人たちはいない事を願いつつ、それでも笑顔を絶やさなかった店主さんに、心の中で拍手を送った私達でした。